

## DAFTAR PUSTAKA

- Alhasanah, J. U., Kertahadi, & Riyadi. (2014). Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Layanan Web E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online ( Survei pada Konsumen [www.getscoop.com](http://www.getscoop.com)). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 15(2), 1–10.
- Alwafi, F., & Magnadi, R. H. (2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan Terhadap Toko dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.com. *Diponegoro Journal Of Management*, 5(2), 1–15.
- Anggraeni, P., & Madiawati, P. N. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs [Www.traveloka.com](http://www.traveloka.com). *E-Proceeding Of Management*, 3(2), 1-8.
- Anwar, R., & Adidarma, W. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Resiko Pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 14(2), 155–168.
- Ardyanto, D., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen [www.petersaysdenim.com](http://www.petersaysdenim.com)). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 22(1), 1–8.
- Azwar, S. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Bungin, B. (2013). *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Kencana. Jakarta.
- Djarwanto. (1996). *Statistik Sosial Ekonomi Bagian Pertama Edisi 3*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Deavaj, Fan, & Kohli. (2003). *E-Loyalty Elusive Ideal or Competitive Edge Communication of the ACM*.46 (9), 184-191.
- Djarwanto. (2001). *Statistik Sosial Ekonomi Bagian Pertama Edisi 3*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Emzir. (2009). *Metodelogi Penelitian Pendidikan, Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan ke IV. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Gujarati, D., N. (2007). *Dasar-Dasar Ekonometrika Edisi3*. Jakarta: Erlangga.
- Hadi, S. (2012). *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ilham, D. A. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Online Store Lazada Sebagai E-commerce Terpercaya Di Indonesia. *Simki-Economic*, 1(5), 1–12.
- Jayanti, R. D. (2015). Pengaruh Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Harapan Maulina Hijab Jombang). *Http://ejournal.stiedewantara.ac.id*, X(1), 13–27.
- Jundi, M. S., & Mudiantono. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Nilai Yang Dipersepsikan Sebagai Mediasi. *Diponegoro Journal Of Management*, 5(3), 1–12.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks. Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K., L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1: Erlangga, Jakarta.
- Kuspriyono, T. (2017). Pengaruh Kualitas Informasi Web dan Kualitas Layanan Online Terhadap Citra Bukalapak.com. *Jurnal Perspektif*, XV(1), 56–62.
- Kuswati, R., & Delima, H. (2014). The Effect of Knowledge Internet Technology and Customer Trust Towards Online Shopping Intention. *Research Methods and Organizational Studies*, 148-153.
- Mahkota, A. P., Suyadi, I., & Riyadi. (2014). Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pelanggan Website Ride Inc). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(2), 1–7.
- Nugroho, S. (2005). Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Kencana.
- Nusarika, L. A. K., & Purnami, N. M. (2015). Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara Online (Studi Pada Produk Fashion Online Di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(8), 2380–2406.
- Priyantara, M. P., Indrawati, & Djatmiko, T. (2016). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Konsumen Lazada di Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 3(3), 2710–2717.
- Priyatno, D. (2013). Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS. Yogyakarta: Media Kom.

- Raje, A., & Vandana, T., K. (2012). Impact of E-Service Quality on Consumer Purchase Behaviour in an On-Line Shopping. *IJCSMS International Journal of Computer Science and Management Studies*, 12(02), 1-5.
- Schiffman, Leon., & Kanuk, L., L. (2008). *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*. Jakarta: Indeks.
- Septianita, W., Winarno, W. A., & Arif, A. (2014). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan Rail Ticketing System (RTS) Terhadap Kepuasan Pengguna (Studi Empiris Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 9 Jember). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 53–56.
- Setiawan, E. H., & Fauziah, A. (2017). Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan, dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Tokopedia.com di Kabupaten Lumajang). *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 1(1), 64–75.
- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 128–147.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. (Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: C. V ALFABETA.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. (Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: C. V ALFABETA.
- Suhartanto, D. (2014). *Metode Riset Pemasaran*, Yogyakarta: Alfabeta.
- Sujana, K. C., & Suprati, N. W. S. (2016). Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Situs Terhadap Niat Konsumen Untuk Berbelanja Di Situs Zalora. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), 595–622.
- Tsaanii, A. A. A., & Ardini, L. (2016). Analisis Persepsi dan Keterlibatan Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian dalam Transaksi E-commerce. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(6), 1–15.
- Uddin, Md. R., Lopa, N. Z., & Oheduzzaman, Md. (2014). Factors affecting customers' buying decision of mobile phone: A study on Khulna City, Bangladesh. *International Journal of Managing Value and Supply Chain*, 5(2), 21-28.

- Wahyuni, S., Irawan, H., & Sofyan, E. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Situs Online Fashion Zalora.co.id. *E-Proceeding of Management*, 4(2), 1405–1412.
- Widodo, A., Putranti, H. R. D., & Nurchayati. (2016). Pengaruh Kualitas Sistem Aplikasi dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Aplikasi RTS (Rail Ticketing System) Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Penumpang “KAI” Ekonomi Operasi 4 Semarang). *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 31(2), 160–181.
- Wijayanti, R. H. H., & Harti. (2017). Pengaruh Online Consumer Reviews dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Toko Online Pada Generasi Muda Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Negara*, 1(2), 49–55.